

Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) sebuah kota metropolitan baru saja menyelesaikan kampanye kesadaran publik selama enam bulan yang diberi nama "Bijak Bersuara". Kampanye ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital dan mengurangi penyebaran berita bohong (hoaks) di kalangan warga. Sebelum kampanye diluncurkan, sebuah studi independen di kota-kota dengan karakteristik serupa menunjukkan gambaran yang cukup mengkhawatirkan: proporsi warga yang mengakui pernah secara tidak sengaja membagikan berita yang kemudian diketahui hoaks mencapai angka yang cukup tinggi, yaitu sekitar 35%. Angka ini menjadi semacam baseline informal bagi Diskominfo, meskipun mereka tidak pernah melakukan survei pra-kampanye di kota mereka sendiri dengan metodologi yang sama persis.

Setelah kampanye "Bijak Bersuara" berakhir, Kepala Diskominfo, Prof. Fazel, ingin sekali mengetahui apakah kampanye tersebut berhasil menekan angka ketidaksengajaan dalam menyebarkan hoaks. Ia berharap bahwa proporsi warga yang melakukan hal tersebut kini sudah lebih rendah dari angka benchmark 35% tadi. Jika memang terbukti lebih rendah secara signifikan, ini akan menjadi justifikasi kuat untuk melanjutkan dan bahkan memperluas program serupa di masa depan.

Tim Diskominfo kemudian melakukan survei cepat terhadap 300 warga yang dipilih secara acak. Dari 300 warga tersebut, 87 orang mengakui bahwa dalam enam bulan terakhir (selama dan setelah periode utama kampanye), mereka pernah secara tidak sengaja membagikan berita atau informasi yang kemudian mereka sadari adalah hoaks.

Prof. Fazel kini memegang data ini. Angka 87 dari 300 tampak lebih rendah dari 35%, tapi ia perlu kepastian statistik. Sebelum ia melaporkan keberhasilan kampanye ini kepada Walikota dan DPRD, ia meminta staf ahlinya untuk melakukan analisis. Ia menetapkan tingkat signifikansi sebesar 10%, karena ia ingin cukup percaya diri dengan klaim penurunan tersebut, namun juga tidak ingin terlalu kaku sehingga melewatkan potensi dampak positif kampanye.